

## Polacy ubierają się coraz lepiej

Coraz więcej ludzi polskiego biznesu zdaje sobie sprawę, jak istotny dla wizerunku jest ubiór, i to nie tylko w codziennej pracy, ale też w życiu prywatnym. Coraz częściej sięgają po droższe marki, takie jak Pierre Cardin. Dlaczego warto inwestować w dobre, markowe ubranie?

Projektanci i znawcy mody z zadowoleniem obserwują tendencje Polaków do coraz lepszego ubierania się. Według **Rolanda Schmalta**, Prezesa Ahlers-Poland Spółki z o.o., która jest wyłącznym przedstawicielem męskiej kolekcji Pierre Cardin na Europę Środkowo-Wschodnią, jesteśmy w czołówce krajów nowoprzyjętych do UE pod względem zakupów dokonywanych przez dobrze ubierających się mężczyzn. Polak coraz bardziej świadomie odczuwa potrzebę elegancji, szuka dobrej klasy, unika kiczu. Wiadomo: samopoczucie, komfort, dobry PR – oto, na co wpływa dobre *emploi*. Z drugiej strony jego brak może łatwo zniszczyć wizerunek, a zwłaszcza w oczach obcokrajowców z państw od dawna słynących z dyktowania mody, gdzie świadomość dobrego ubierania się jest naturalną postawą przekazywaną przez pokolenia od wielu lat.

Mijają zatem czasy, gdy w szafie wisiało jedno ubranie na wszystkie okazje. W eleganckich męskich garderobach pojawia się dziś co najmniej po kilka garniturów, kilkanaście koszul czy krawatów. Odwiedzamy drogie sklepy, ufamy dobrym markom. Czy jednak znany kanony elegancji?

### Co, jak, na kiedy

Dobór stroju do właściwej okazji jest sztuką. Już nie tylko pora roku, ale nawet pora dnia wymaga odrębnej koncepcji ubioru, a umiejętne dostosowanie się do niej daje dyskretne świadectwo wyczucia i smaku. W skrócie: ton nadaje jakość materiału, krój i kolorystyka garnituru oraz dodatki. Do najbardziej eleganckich barw należą czerni, granat i grafit. Takie kolory od dawna sprawdzają się też w biznesie. Od kilku sezonów modny jest jednak większy luz: tenis, który dodatkowo wyszczupla sylwetkę, kolory przywodzące na myśl naturalne barwy ziemi, a także zestawienie sportowej marynarki z barwną lub białą koszulą i džinsami. Na wieczornym przyjęciu nie wypada pokazać się w innych kolorach niż ciemne. Latem, w godzinach południowych, można pozwolić sobie na jasny, beżowy strój.

Dopełnienie garnituru stanowią koszula i krawat. Elegancki mężczyzna nawet latem ubiera koszulę z długimi rękawami. Inna jest niedopuszczalna, złasz-

cza pod marynarkę. Głównie ze względów estetycznych – wystająca spod rękawa owłosiona dłoń nie budzi dobrych skojarzeń. Mankiety powinny wystawać na ok. 1 cm spod marynarki. Mogą być elegancko ozdobione spinkami, choć nie powinno się ich zakładać na zwy-

gancji, bo ta prawdziwa jest niemal niezauważalna i nie potrzebuje krzykliwości.

W garderobie eleganckiego mężczyzny powinno się znajdować co najmniej kilka par butów w czterech rodzajach. Do garniturów – czarne, typu *golf* lub *oxford* (zwane też w Polsce „wie-



kle okazje, tzw. *casual*, bo wówczas łatwo o nadużycie dobrego ubioru – „przestrojenie”.

Kołnierzyk koszuli tzw. winisor (rozłożony szeroko na boki) nie będzie dobrze wyglądał u posiadacza szerokiej, owalnej twarzy; dla optycznego wyszczuplenia należy raczej wybierać koszule o smukłym kołnierzu skierowanym ku dołowi. Z kolei naturalną konsekwencją będzie tu zawiązanie krawata na węzeł raczej wąski i wysoki, zaś w przypadku kołnierza szerokiego – węzeł może być obfity i gruby. Idealnie dobraną długość krawata można rozpoznać po tym, że jego szpic muska górną krawędź klamry paska. Jeżeli chodzi o dobór wzoru, istnieją co najmniej dwie szkoły: według pierwszej, krawat powinien być utrzymany w kolorystyce całego stroju, według drugiej – powinien kontrastować z koszulą. Naganne jest jednak stosowanie dodatków w bardzo jaskrawych kolorach, szczególnie w biznesie, ponieważ nadmiernie przykuwają uwagę i rozpraszają; kontrahent zamiast partnera zauważy np. tylko jego krawat. Zaprzeczy to wówczas zasadzie ele-

denkami”); całodzienne, do ubrań mniej formalnych, mogą być sznurowane lub wsuwane; na popołudnie bądź weekend – buty



swobodne, z zamszu, nubuku lub skóry, niepozbawione takich elementów jak rzemienie, mogą być bardziej fantazyjne, szerokie i na grubej podeszwie; wreszcie buty wieczorowe, na wyjątkowe okazje: lakierki, zawsze wspaniale wypolerowane, obowiązkowo sznurowane, o możliwie smukłym kształcie, dające wrażenie lekkości. Oczywiście grzechem jest zakładanie ich czy *oxfordów* do spodni džinsowych.

### Diabeł tkwi w szczegółach

Prawdziwa siła jakości ubrania tkwi w jego tkaninie. Tylko markowi producenci

potrafią zapewnić jej najwyższe walory. Ich wyroby są kosztowne. Zdecydowanie jednak opłaca się w nie zainwestować, bowiem kupując markę, wybieramy szereg rozwiązań najwyższej klasy, o których czasem nawet nie wiemy. A warto, bo można np. sprawdzić, z jak szlachetnych materiałów uszyte jest ubranie.

- *Należy umieć czytać metki* – objaśnia **Marek Bajsarowicz**, Dyrektor marki Pierre Cardin na Europę Środkowo-Wschodnią. - *Np. określenie 100'S na odzieży wełnianej wbrew pozorom wcale nie oznacza, że wełna jest stuprocentowa, a świadczy o jakości nitki zastosowanej do produkcji tkaniny. Mogą być również oznaczenia np. 110'S, 120'S aż do 200'S – im cyfra większa, tym na kilogramie wełny zastosowanej do produkcji tkaniny znajduje się większa długość nici, a w konsekwencji tkanina jest delikatniejsza w dotyku i bardziej szlachetna.*

Jeśli natomiast na metce nie widnieje żadne z takich oznaczeń, to prawdopodobnie tkanina jest raczej marnej jakości. Łatwo to sprawdzić organoleptycznie – mężczyzna zawsze najłatwiej kupuje „na dotyk” – po prostu chwytając w dłoń i lekko mnąc materiał. Zmieć to świetny test, bo od razu poznamy się na tkaninie tzw. *hi-twist*, czyli o gęstym skręcie, która po zgięciu ma zawsze tendencję powrotu do wyprostowania. To dlatego dobry garnitur nawet po całodziennym użytkowaniu i odwieszeniu powraca do stanu niemal jak świeżo wyprasowany.

Marka Pierre Cardin używa tkanin wyłącznie od najlepszych dostawców. Jako szanujący się producent wszywa w wewnętrznej stronie garnituru logo nie tylko swoje, ale i marek tkanin, aby znawcy mogli docenić również ten składnik stroju. - *Najlepsze tkaniny pochodzą z Włoch, z regionu Biella. Tam się zaopatrują wszyscy najwięksi designerzy. To prawdziwa elita wśród dostawców, a najlepszym dowodem na to jest fakt, że na targi branżowe w tym rejonie nie da się wejść jako zwykły gość, lecz należy otrzymać specjalne zaproszenie. Po prostu najcenniejsi nie sprzedają swoich wyrobów każdemu* – dodaje Bajsarowicz.

To nie wszystko: tkaniny, i tak już szlachetne, są jeszcze bardziej wzbogacane domieszkami

jedwabiu, albo – tylko u elity takiej jak Pierre Cardin – kaszmiru. Te materiały nadają połysk, modny, widoczny i chętnie kupowany znak elegancji. Tani producenci szybko wymyślili jego zamiennik: jako błyszczący materiał wykończeniowy używają teflonu. Owszem, można wyłać na niego kawę bez ryzyka zaplamienia, ale teflon się ściiera, łuszczy i po kilku czyszczeniach garnitur będzie do wyrzucenia.

### ... i stąd ta cena

O jakości stanowią w dużej mierze wszelkie dodatki. Prawdziwa marka dba o to, żeby nawet najmniejszy guzik koszuli był prestiżowo opatrzony delikatnym logotypem. Wewnętrzna część spodni na wysokości pasa jest zaopatrzona w gumkę przeciwpoślizgową. Jej zadaniem jest przytrzymać koszulę, aby podczas ruchów nie wysuwała się ze spodni. Niezwykle ważna jest też podszewka: ceni się tę naturalną, z wiskozy. Jej sztuczne przeciwieństwo, acetat, nie przepuszcza powietrza, w wyniku czego materiał wierzchni garnituru nie „oddycha”. Kolejne dodatki to wkłady klejone i poduszki: delikatne tkaniny wierzchnie niemal „leją” się w ręce, więc zadaniem markowych podkładek jest mocne, a zarazem elastyczne nadawanie ubraniu sztywności i faktycznego kształtu, ale tak, żeby ten fakt nie był widoczny! Garnitur z wysokiej jakości tkaniny kompletnie nie będzie miał bowiem racji bytu, jeśli zostanie marnie podszyty.

Jakość można dostrzec także w koszulach. Większość dostępnych na rynku jest uszyta z tkanin pojedynczo tkanych,



tn. w jednym kierunku np. po długości. Te lepsze to tzw. *2-ply*, tkane podwójnie, wzdłuż i wszerz. Także tu obowiązują

skala „S”. Jeśli koszula jest wzorzysta, to przy zakupie należy obrócić ją na drugą stronę – koszula z górnej półki ma wzór tkany, widoczny po obu stronach. Ta przeciętna ma wzór nadrukowany na zewnętrznej stronie tkaniny, niewidoczny, bądź słabo widoczny od wewnątrz.

Różnice jakościowe są ponadto ukryte w barwieniu. Jeżeli koszula jest tkana z przędzy, to jeszcze przed procesem tkania farbuje się każdą poszczególną nitkę, która łoży się na tkaninę. To o wiele droższa technologia niż przy zwykłych tkaninach stosowanych do produkcji koszul, w których to dopiero tkanina jest barwiona. Oczywiście koszula tkana z przędzy uprzednio wybarwionej jest delikatniejsza, a przy tym trwalsza, bo nie traci koloru, co ma miejsce w przypadku koszul uszytych z tkanin farbowanych w belkach.

- *Uzyskiwanie tych wszystkich czynników jakości jest oczywiście wysokonakładowe. Wymaga najnowocześniejszych technologii produkcji. Mało tego, stanowi efekt olbrzymiej pracy wysoce opłacanych fachowców, projektantów, którzy świetnie znają branżę i wprowadzając całe kolekcje na rynek, wytyczają nowe kierunki mody. Poza tym ktoś, kto kupuje odzież Pierre Cardin, może też liczyć na taką konstrukcję stroju, która będzie po prostu dobrze pasowała do figury, a nawet zamaskuje jej niektóre mankamenty. Stąd właśnie bierze się cena marki – opowiada Bajsarowicz. - *To, co się jednak otrzymuje w zamian, trudno przecenić. Płaci się za rozwiązania, tak jak w każdym produkcie lepszej klasy, czy jest to samochód, zegarek, czy perfumy. I to jest nasze zadanie: dostarczyć jakość, pokazać dobry kierunek w modzie, spełnić oczekiwania najbardziej wymagających.**

Istnieje jednak różnica między innymi drobnymi markami na polskim rynku a Pierre Cardin: koncern Ahlers-Poland jest nie tylko jej wyłącznym dystrybutorem, ale jednocześnie producentem. Rozpoznaje potrzeby polskich menedżerów i łącząc je z własnymi inspiracjami, jednocześnie umiejętnie wychowuje sobie pokolenie klientów. To właśnie w Polsce żyte są świetne rzeczy, noszone w całej naszej części Europy. Warto, żeby coraz częściej gościły w naszych szafach.

Jakub Lisiecki